

# Маркетинг

Менеджмент і  
підприємництво в  
дизайні

# Маркетинг-мікс

- комплекс заходів, які визначають позиціонування продукту на ринку

- ▣ **Product** (продукт, товар)
- ▣ **Place** (місце)
- ▣ **Price** (ціна)
- ▣ **People** (люди)
- ▣ **Promotion** (реклама, просування)

# Товар (*product*)

- упаковка,
- асортимент,
- якість,
- торгова марка,
- післяпродажне обслуговування,
- сервіс,
- можливість повернення, обміну ...

# Ціна (*price*)

- прејскуранти,
- знижки,
- націнка,
- терміни виплати,
- кредит,
- умови платежу ...

## ***Місце (place)***

- канали розподілу (збуту),
- посередники,
- рівні збуту,
- форма виходу на ринок,
- транспортування,
- складський запас,
- розміщення

# Просування (*promotion*)

- зв'язок з громадськістю,
- реклама,
- виставки,
- персональний продаж,
- стимулювання збуту,
- PR,
- метод прямого продажу ...

# Люди (people)

- споживачі,
- працівники відповідної організації,
- керівництво організації ...



# Просування товару

---



# Функції просування

- створення образу престижності фірми, її продукції і послуг;
- формування образу інноваційності для фірми і її продукції;
- інформування про характеристики товару;
- обґрунтування ціни товару;
- впровадження в свідомість споживачів відмінних рис товару;
- інформування про місце придбання товарів і послуг;
- інформування про розпродажі;
- створення сприятливої інформації про фірму в порівнянні з конкурентами.

# Планування просування

- цілі просування
- структура просування
- бюджет

## Цілі (приклад)

- збільшити збут на 25% за допомогою фінансування просування у розмірі 2 тис. грн.
- модель ієрархії дії, що показує середньострокові і довгострокові цілі просування

# Початковий етап

- Мета просування – надання інформації і формування первинного попиту
- Коли метою стає **перевага**, компанія створює позитивні відносини і відчуття до своєї продукції і намагається задовольняти селективний попит.
- На стадіях **переконання** і покупок цілями просування стають стимулювання і збереження намірів споживачів

- ▣ **Структура просування** - загальна і конкретна комунікаційна програма фірми, що складається з поєднань реклами, громадської думки, персональних продажів і стимулювання збуту.
- ▣ **Бюджет просування** - ті фінансові кошти, які виділені керівництвом фірми на здійснення просування товару.

## **5 альтернативних методів встановлення бюджету на просування:**

- метод залишку,
- метод приросту,
- паритет з конкуренцією,
- частка від продажів,
- цільовий метод.



# Стимулювання збуту

---

- ▣ **Стимулювання збуту** або стимулювання продажу, промо, промоція, сейлз-промо (англ. *consumer sales promo* та *trade sales promo*) - заходи для стимулювання збуту товарів, що їх направлено на споживачів або на роздрібну торгівлю.



# Заходи стимулювання збуту

- Тимчасові знижки (англ. *price deal* або *sales*):  
зниження цін протягом певного часу, як-от «щасливі години» (англ. *happy hours*);
- Часткове зниження ціни (англ. *cents-off deal*):  
пропозиція певного товару за ціною, що відрізняється від звичайної, на пр., -20% від стандартної ціни;
- Нестандартна упаковка (англ. *price-pack deal*):
- пропозиція більшої кількості товару
- за ціною стандартної упаковки;



- **Програми лояльності** (англ. *loyal reward program*): заохочення споживачів збирати бали або милі для додаткових покупок (напр., програма лояльності *Pepsi Stuff*, що дозволяє витратити зібрані бали для завантаження аудіо треків в інтернеті, або програма *AAdvantage* компанії «Амерікен Ерлайнз»);



- Купони (англ. *coupons*);
- Рекламний проспек у пресі ([англ.](#) *free-standing insert* або *FSI*): проспект, який вкладається у друковане видання, але не приєднується до нього;
- Купони на полиці ([англ.](#) *on-shelf couponing*): купони, які можна знайти на полиці магазину поряд з товаром, який рекламується;
- Мобільний купон ([англ.](#) *mobile couponing*): купон, зміст якого можна продивитися на екрані мобільного телефону (він показується продавцю товару для отримання відповідної знижки);
- Купон на шийці пляшки ([англ.](#) *necker*);



- Зміна ціни популярного товару ([англ. loss leader](#)): тимчасова зміна ціни на популярний товар для стимулювання продажу інших товарів;
- Інтерактивна промо-гра он-лайн ([англ. online interactive promotion game](#));
- Повернення частини вартості товару ([англ. rebates](#)): споживач отримує частину грошей назад, якщо він надсилає чек або бар-код товару виробникові;
- Ігри, лотереї, конкурси ([англ. contests, sweepstakes, games](#)): покупець автоматично включається у розіграш при покупці певного товару;
- Інформація про товар у пункті продажу ([англ. point-of-sale display](#));



- Індикатор наявності товару, що його встановлюють у проході між полицями магазину ([англ.](#) *aisle interrupter*);
- Рекламна картинка, яка починає хитатися, коли покупець проходить повз неї ([англ.](#) *dangler*);
- Маленька рекламна картинка на довгій, часто прозорій ніжці, хисткість якої привертає увагу покупця до певного товару на полиці ([англ.](#) *wobbler* або *wabblers*);
- Кошик для експонування товару навалом ([англ.](#) *dump bin*);
- Підставка, яка піднімає товар над іншими сусідніми товарами ([англ.](#) *glorifier*);
- Дошка, на якій певне повідомлення написано «від руки» (олівцем, крейдою тощо) ([англ.](#) *lipstick board*);
- Інформаційний бюлетень ([англ.](#) *YES unit* або *your extra salesperson pull-out fact sheet*).



## Д/З

- Описати-охарактеризувати, опираючись на характеристики кожного з 5Р, мистецький захід / діяльність відповідно до 5Р
- Напр., виставка-продаж керамічних прикрас (товар – намиста, браслети, місце – галерея, ціна – 20-230 грн, реклама – оголошення про виставку, відкриття, соцмережі, люди – молодь) – але розгорнуто (1-2 стор.)
- письмово (Word документ) або презентація PowerPoint